

〈S〉 **Webマーケティング**

(秋学期 2単位)

古賀 広志

Web Marketing

■授業概要

インターネットをはじめとする情報技術の利用によって、変わりつつある新しいマーケティング活動について概説する。まず、マーケティング・ツールとして利用可能なインターネット技術について概観した上で、インタラクティブ・マーケティング、リレーションシップ・マーケティング、データベース・マーケティングなどの新しいマーケティング活動の現状と、そこでの情報技術の役割を事例を用いて具体的に講義する。

■到達目標

マーケティングの考え方を理解すること、インターネットを用いたマーケティングの意義を理解すること、を目標にしたいと考えています。

■授業計画

インターネットを利用したマーケティング戦略について解説を加える予定ですが、対象がダイナミックに変化しているので、あくまでも、以下の計画は、現時点での予定と考えておいてください。委細は、第1回目の講義にて紹介します。

第1回 インTRODクシヨN

いわゆるデジタルエコノミーの議論を復習します。

第2～3回 マーケティングの基礎

競争的使用価値、言語ゲームなどについて学びます。

第4～5回 バズ(クチコミ)マーケティングとWeb環境

SNSやブログを利用したマーケティング戦略について紹介します。

第6～7回 検索エンジンをめぐる攻防

検索エンジン最適化などのトピックスを紹介します。

第8～9回 ロングテールとWeb2.0

喧伝された諸概念を取り上げ、その真相に迫っていきます。

第10～12回 伝統的企業の逆襲

いわゆる「O2O」と呼ばれる戦略について紹介します。

第13～15回 Webマーケティングの将来展望と

課題

クラウド、情報品質、情報倫理などのトピックスをとりあげます。

■授業時間外学習

講義毎に課題を出すので、次週の授業までに課題を解いておくこと。

■成績評価の方法

定期試験(筆記試験)の成績と平常成績で総合評価する。

平常点6割、定期試験4割とする。ただし、定期試験未受験者は評価を行わない。

■成績評価の基準

平常点は、講義ごとに出す課題の理解度、貢献度を評価する。

定期試験は、正解を答えた場合に点数を与えていく。

■教科書

第1回目の講義のときに指示する。

■参考書

講義時に適宜指示する。

■備考

第1回目の講義で指示する。